

DAFTAR PUSTAKA

- Annis Kiswalini, I Ketut Nurcahya, (2014), Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ekonomika, Volume 1 Nomer 3, Universitas Udayana, Bali, Indonesia.*
- Arikunto, 2004, *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi ke-6. Erlangga, Jakarta.
- Barnes, 2003, *Secret of Customer Relationship Management*. Andi, Yogyakarta Bell.
- Eni Heruwati, 2010, Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas, dan Keahlian Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio (Studi pada Konsumen PT. Harpindo Jaya Jl. Dr. Cipto No. 61 Semarang), *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.*
- Fandi Tjiptono, 2007, *Strategi Pemasaran*, Edisi II, Andi, Yogyakarta
- Freddy Rangkuty, 2012, *Riset Pemasaran*, Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Ghozali, 2009, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Undip, Semarang.
- Heruwati, 2010, Pengaruh Kredibilitas, Daya Tarik, dan Keahlian *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ikbāl Angio, 2013, Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Muo Soul di Kota Gorontalo (Studi kasus pada Konsumen PT. Hasrat Abadi), *Jurnal Ekonomi Volume 2 No.4.*
- Iwan Widodo, 2008, Pengaruh Celebrity Endoser terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Vario, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Volume 1 Nomer 2.*
- Kotler Philip, 2012, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, alih bahasa Hendra Teguh, Prenallindo, Jakarta.
- Knight *et al*, 2012, *Consumer Behavior and Marketing Action*, Fourth Edition,
- Kresna, 2008, Pengaruh Perubahan Elemen Fisik Brand terhadap Citra Merek Studi pada Konsumen PT. Citilink Indonesia, Skripsi Brawijaya, Malang.

- Kuncoro, 2011, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Erlangga, Jakarta.
- Machrani Rinandha Bilondatu, 2013, Motivasi, Persepsi, dan Kepercayaan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Sepeda Motor Yamaha di Minahasa, *Jurnal EMBA, Vol 1 No 3 Hal 710-720*.
- Meyer, 2005, *Commitment in the workplace theory research and application*. California: Sage Publications.
- Moorman, 2003, *Factors Affecting trust in market research relationships*. Journal of Marketing 57(1),81-101
- Royan, 2005, *Marketing Celebrities*, Jilid 1, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Schiffman, 2006, *Strategic Brand Management*. 2nd Edition. Prentice Hall. IRVINE.
- Shimp, 2013, *Periklanan Promosi*, Erlangga, Jakarta.
- Silvera dan Austad, 2004, Factors predictiong the effectiveness of celebrity endorsement advertisements, University of Tromso, Tromso, Norway, *European Journal of Marketing, 38 (11/12), pp:1509-1526*.
- Simatupang, 2004, *Perilaku Konsumen [Online] Available:* <http://johannessimatupang.wordpress.com/2009/08/12/perilaku-konsumen/>[2011, Januari 5].
- Sugiono, 2004, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Kesembilan*, Alpha, Alfabeta, Bandung.
- Supranto, 2003, *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi ke-6. Erlangga, Jakarta
- Susanti, 2008, Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Gadget secara online, *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi, 1(1): h1-23*.
- Sutisna, 2011, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosdakarya, Bandung.